

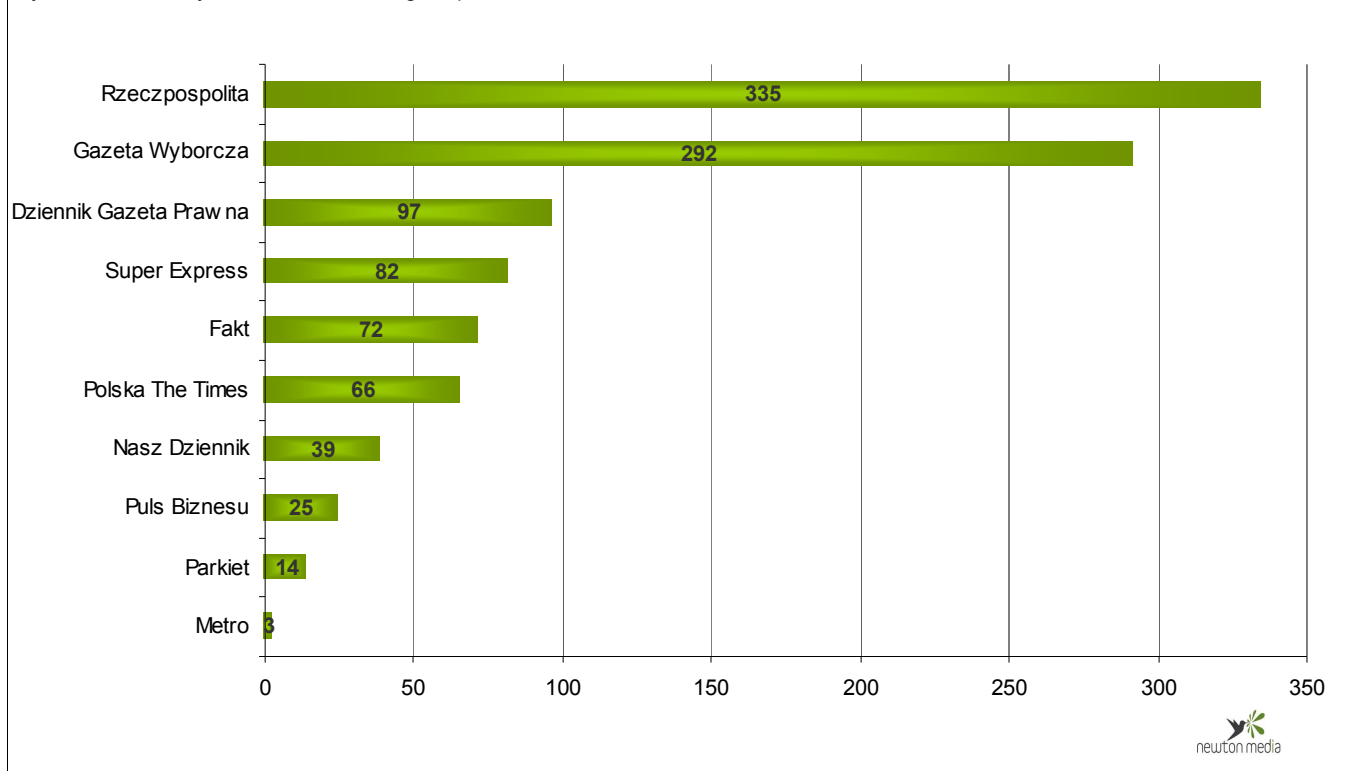
Ranking cytowań i informacji

sierpień 2010

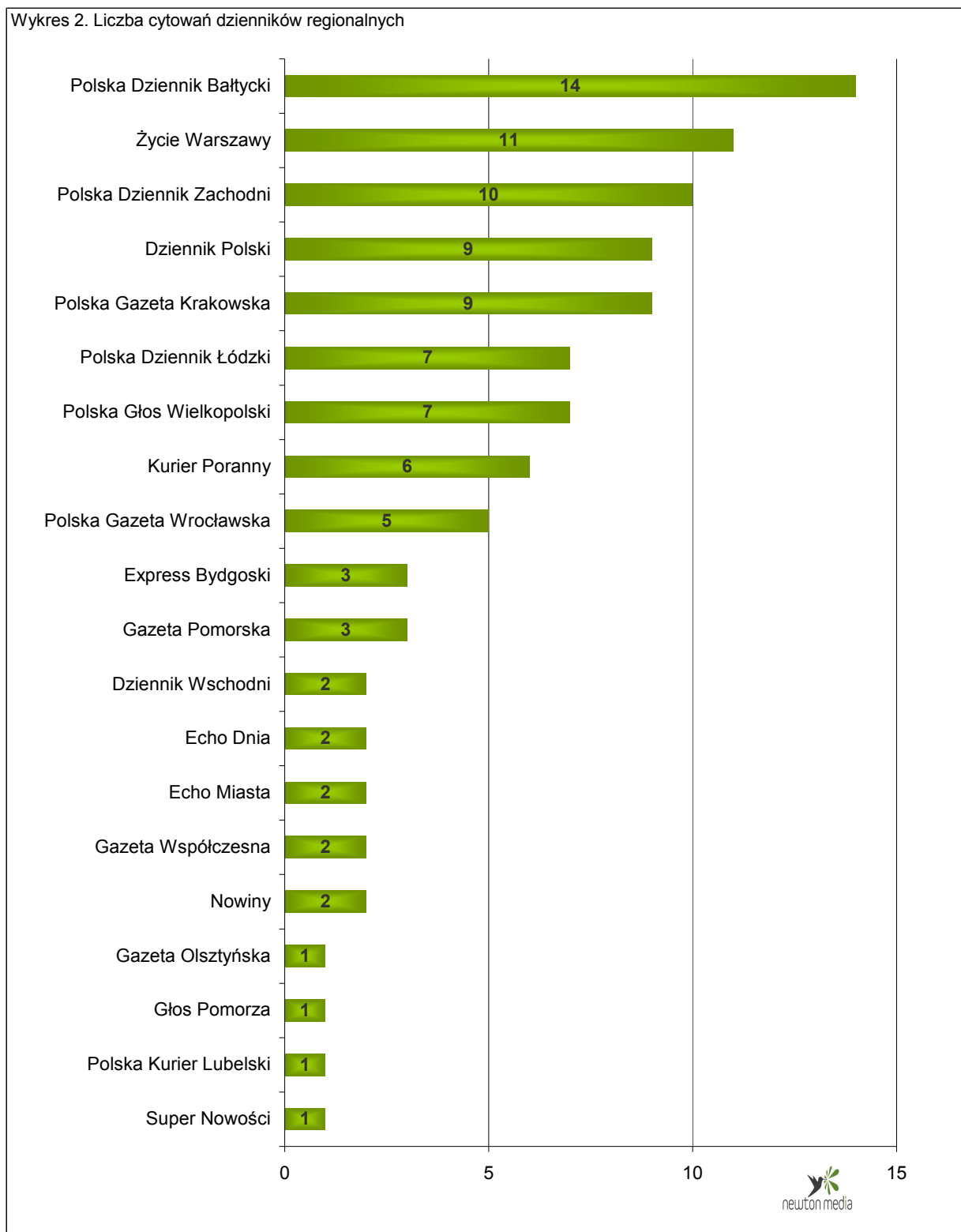
Ranking cytowań

Wśród dzienników ogólnopolskich najczęściej cytowano *Rzeczpospolitą* (335). Licznie cytowano m.in. artykuł, w którym dziennik ujawnił, że na stole sekcyjnym przy ciele prezydenta Lecha Kaczyńskiego leżały szczątki innej ofiary katastrofy smoleńskiej. Często cytowano też fragmenty wywiadu Zbigniewa Ziobry dla tego dziennika (z 24.08). Na drugim miejscu w rankingu znalazła się *Gazeta Wyborcza* (292), na trzecim zaś *Dziennik Gazeta Prawna* (97).

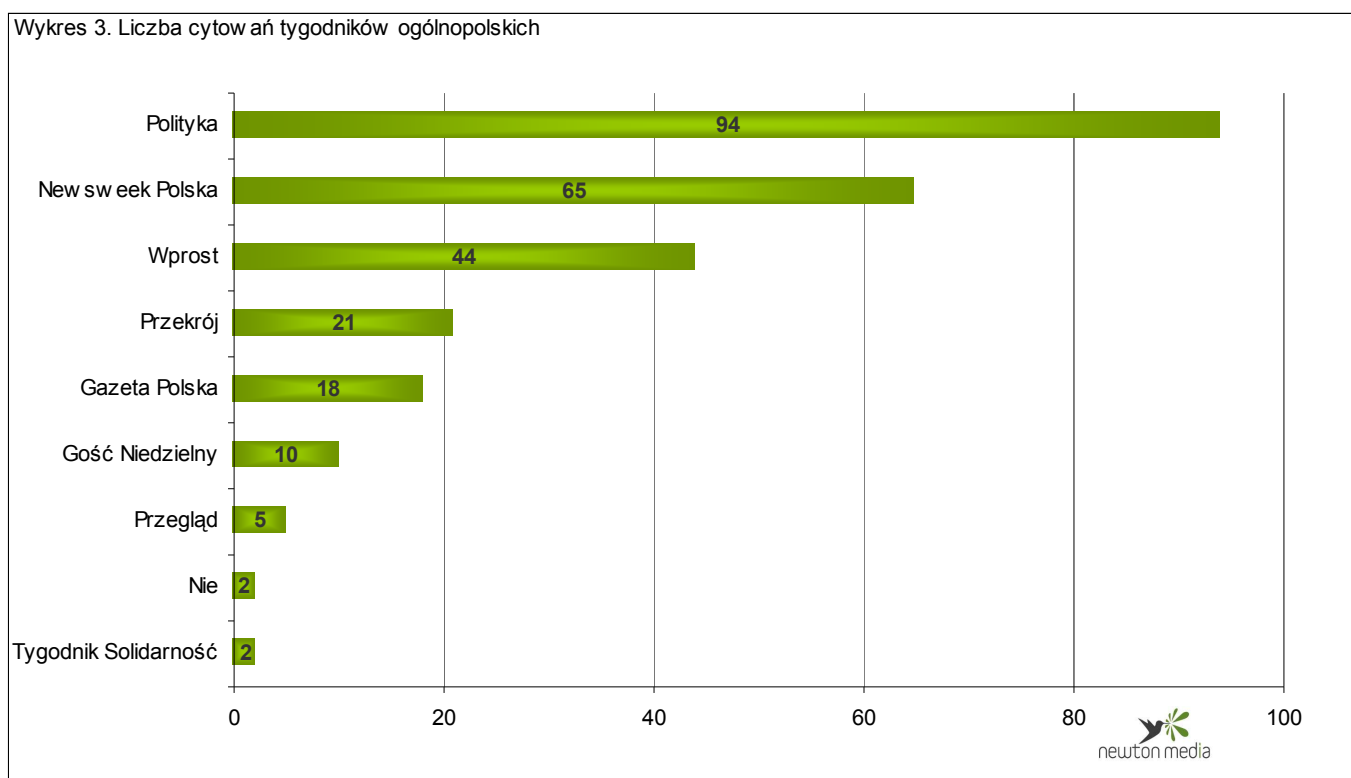
Wykres 1. Liczba cytowań dzienników ogólnopolskich



Wśród dzienników regionalnych najczęściej cytowano *Polskę Dziennik Bałtycki* (14). Na drugim miejscu znalazło się *Życie Warszawy* (11), na trzecim *Polska Dziennik Zachodni* (10).



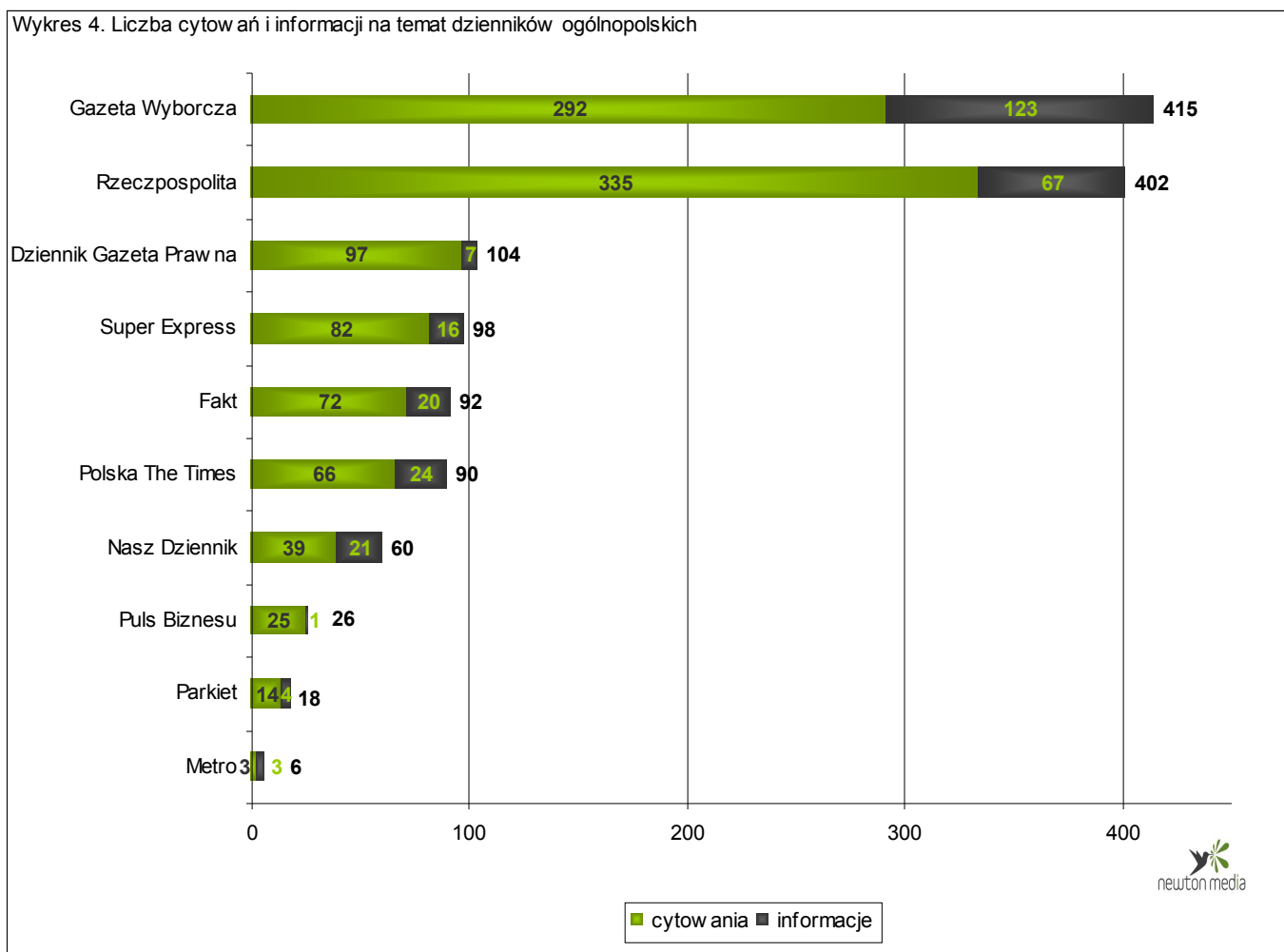
Wśród tygodników ogólnopolskich na pierwsze miejsce powróciła *Polityka* z 94 cytowaniami. Najliczniej cytowano opublikowany w tym tygodniku wywiad z prezydentem Bronisławem Komorowskim. Na drugim miejscu znalazł się *Newsweek Polska* (65), a na trzecim tygodnik *Wprost* (44).



Ranking cytowań i informacji

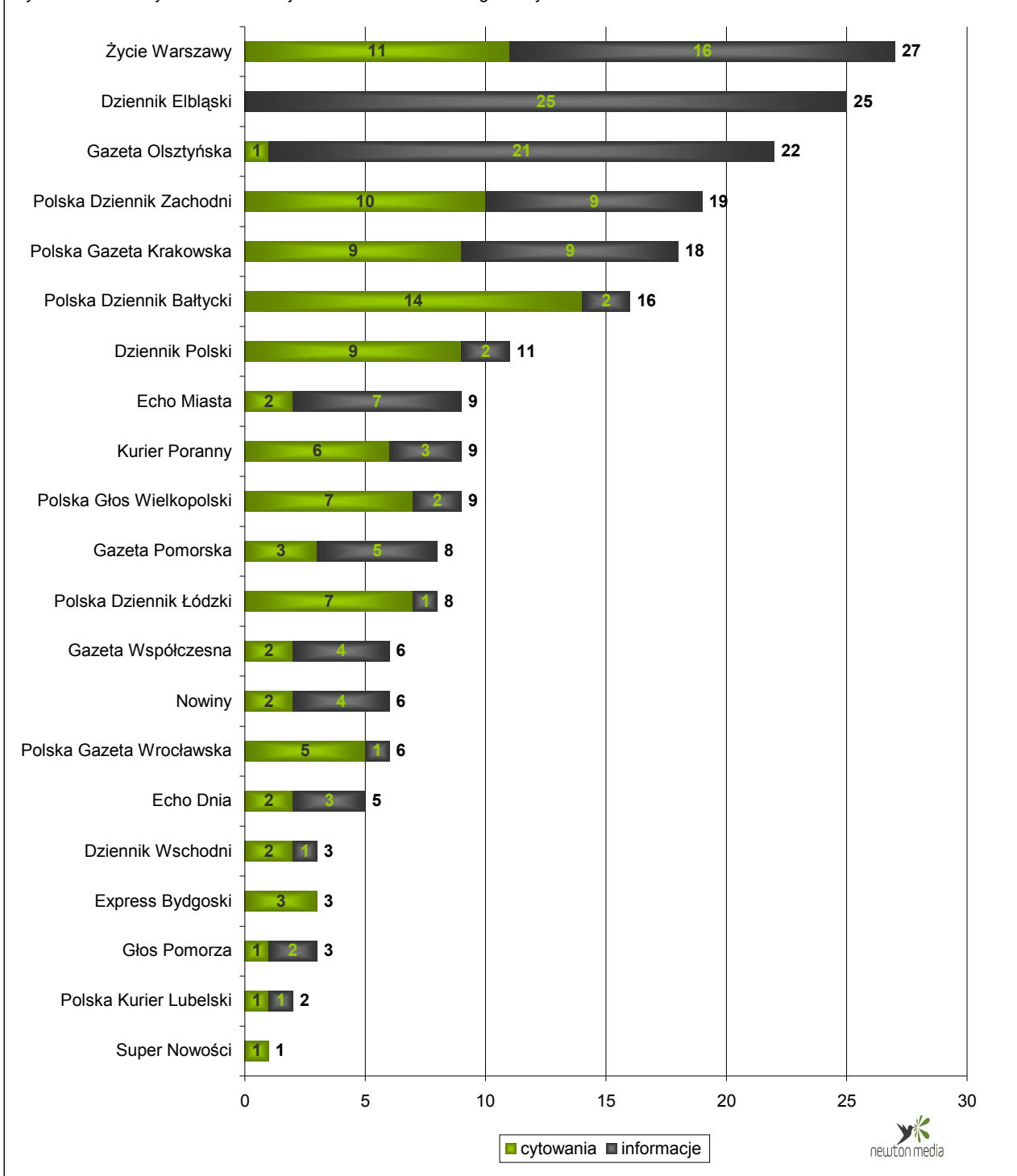
Wśród dzienników ogólnopolskich najczęściej pisano o *Gazecie Wyborczej* (415). Na drugim miejscu znalazła się *Rzeczpospolita* (402), a na trzecim *Dziennik Gazeta Prawna* (104). Najwięcej informacji pojawiło się o *Gazecie Wyborczej* (123).

Wykres 4. Liczba cytowań i informacji na temat dzienników ogólnopolskich



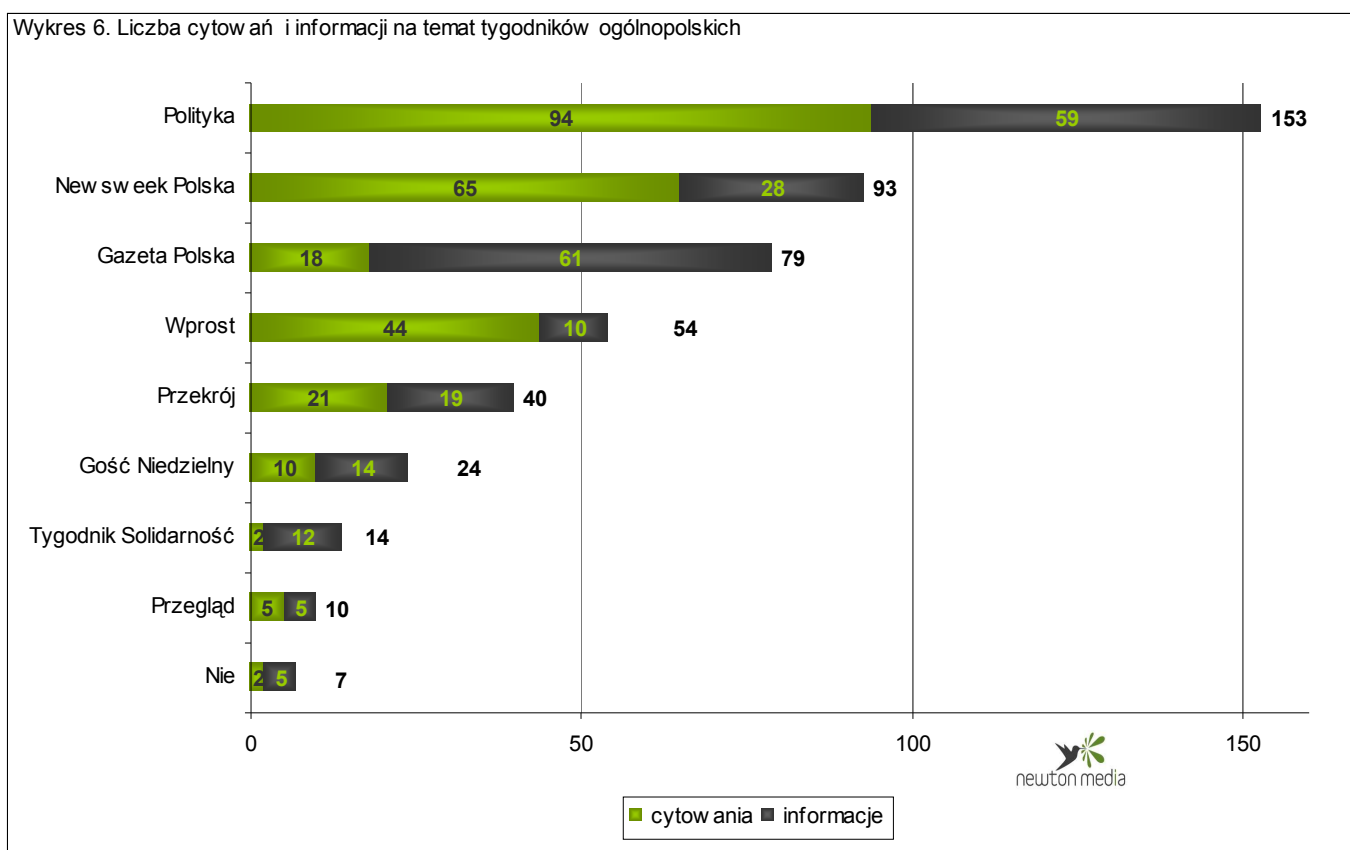
Wśród dzienników regionalnych najczęściej pisano o *Życiu Warszawy* (27). Na drugim miejscu znalazł się *Dziennik Elbląski* (25), a na trzecim *Gazeta Olsztyńska* (22). Najwięcej informacji pojawiło się na temat *Dziennika Elbląskiego* (25).

Wykres 5. Liczba cytowań i informacji na temat dzienników regionalnych



Wśród tygodników ogólnopolskich na pierwszym miejscu znalazła się *Polityka* (153), na drugim *Newsweek Polska* (93), a na trzecim *Gazeta Polska* (79). Najwięcej informacji pojawiło się na temat tygodnika *Gazety Polskiej* (61). Informowano m.in. o kolejnych inicjatywach klubów „Gazety Polskiej”.

Wykres 6. Liczba cytowań i informacji na temat tygodników ogólnopolskich



Metodologia

Badanie przeprowadzono na podstawie dzienników i tygodników ogólnopolskich oraz dzienników regionalnych (lista poniżej). Uwzględniono wszystkie artykuły, które ukazały się w mediach w okresie od 1 do 31 sierpnia, w których cytuje się i powołuje na badane media. Wyszukiwano tytuł prasy uwzględniając pełną deklinację. Uwzględniono również nazwy potoczne np. *Rzepa*, jak i tytuły gazet Grupy Polskapresse, o których często pisze się skrótowo (używając wcześniejszej nazwy) np. *Głos Wielkopolski*. Cytowania i informacje swojego tytułu nie były uwzględnione w raporcie. Jako cytowanie i informację na temat dziennika ogólnopolskiego *Polska The Times* potraktowano sumę wszystkich cytowań i/lub informacji na temat tytułów z projektu *Polska**, przy czym bezpośrednio odniesienia do tytułu z tej grupy w innym z grupy, zostały pominięte. Jeśli chodzi o dzienniki regionalne, takie wykluczenie nie miało miejsca (np. jeśli *Polska Gazeta Krakowska* powoływała się na *Polską Gazetę Bałtycką* zostało to policzone). W przypadku dziennika *Rzeczpospolita*, który cytuje dziennik *Życie Warszawy*, cytowania i informacje dla *Życia Warszawy* nie są liczone. Analogicznie, cytowania i informacje o *Rzeczpospolitej* w dzienniku *Życie Warszawy* nie są liczone dla *Rzeczpospolitej*.

Każdy artykuł został przeczytany i sklasyfikowany jako cytowanie bądź informacja. Suma cytowań i informacji oddaje rzeczywistą liczbę artykułów, w których pojawił się choć raz tytuł badanego medium. Pojawienie się tytułu kilkakrotnie w jednym artykule jest traktowane jako jedna wzmianka.

Jako cytowanie zaliczono wszystkie artykuły, które bezpośrednio cytowały i odwoływały się do artykułów umieszczonych w badanych mediach.

Klasyfikacja przebiegała m.in. na podstawie takich sformułowań jak:

- *Fakt* pisze, informuje, itp.;
- X w wywiadzie dla *Rzeczpospolitej* powiedział;
- według *Gazety Wyborczej*;

lub przytoczenia fragmentu tekstu w cudzysłowie, jak i podania źródła informacji - najczęściej w nawiasie tj. (*Fakt*, dn. 14.12.2008).

Jako informację potraktowano wszystkie inne wzmianki, w których mowa o badanym źródle, m.in. rankingi sprzedaży i czytelnictwa, zmiany na stanowiskach redakcyjnych i wydawniczych.

Źródła

Dzienniki ogólnopolskie:

Dziennik Gazeta Prawna
Fakt
Gazeta Wyborcza
Metro
Nasz Dziennik
Parkiet

*Polska The Times**
Puls Biznesu
Rzeczpospolita
Super Express

Dzienniki regionalne:

Dziennik Elbląski
Dziennik Polski
Dziennik Wschodni
Echo Dnia
Echo Miasta
Express Bydgoski
Express Ilustrowany
Gazeta Lubuska
Gazeta Olsztyńska
Gazeta Pomorska
Gazeta Współczesna
Głos Pomorza
Kurier Poranny
Kurier Szczeciński

Nowiny
Nowości
Polska Dziennik Bałtycki
Polska Dziennik Łódzki
Polska Dziennik Zachodni
Polska Gazeta Krakowska
Polska Gazeta Wrocławska
Polska Głos Wielkopolski
Polska Kurier Lubelski
Polska Mazowsze
Polska Metropolia Warszawska
Super Nowości
Życie Warszawy

Tygodniki ogólnopolskie:

Gazeta Finansowa
Gazeta Polska
Gość Niedzielny
Newsweek Polska
Nie

Polityka
Przegląd
Przekrój
Tygodnik Solidarność
Wprost

* *Polska Dziennik Bałtycki, Polska Dziennik Łódzki, Polska Dziennik Zachodni, Polska Gazeta Krakowska, Polska Gazeta Wrocławska, Polska Głos Wielkopolski, Polska Kurier Lubelski, Polska Mazowsze, Polska Metropolia Warszawska*

NEWTON Media Sp. z o.o. jest częścią grupy **NEWTON Media, a.s.** - największej ponadnarodowej firmy zajmującej się monitoringiem mediów i usługami powiązanymi.

Dzięki swojemu profesjonalizmowi i wysokiemu poziomowi przetwarzania informacji, firma jest w stanie zaproponować szeroką gamę usług związanych z monitoringiem. Oferta zawiera również analizy medialne, podsumowania branżowe, raporty ilościowo - jakościowe i inne usługi.

Analiza mediów jest kolejnym szybko rozwijającym się produktem, który NEWTON Media Sp. z o.o. oferuje swoim klientom. Produkt obejmuje analizę wizerunku firmy, który kreowany jest przez media. Te cenne informacje zgromadzone na podstawie obszernej ilości materiałów, umożliwiają naszym klientom podejmowanie właściwych decyzji i w konsekwencji, prowadzą do zwiększania przewagi konkurencyjnej. Analiza mediów może terminowo wskazywać szanse i zagrożenia oraz umożliwiać rozpoznanie ukrytego kontekstu.

Jesteśmy w stanie monitorować i analizować szeroki zakres informacji, dotyczących określonej dziedziny, Państwa firmy i jej przedstawicieli oraz konkurencji, zgodnie z Państwa potrzebami. Dostarczymy informacje w uporządkowanej i czytelnej formie.

NEWTON Media Sp z.o.o.

Dział Analiz Medialnych

Ul. Kierbedzia 4

00-728 Warszawa

E-mail: sales@newtonmedia.pl

Tel.: +48 22 398 91 91

Fax: +48 22 213 82 99

Więcej informacji oraz prezentacje naszych produktów można znaleźć na naszych stronach internetowych:

www.newtonmedia.pl

Niniejszy materiał jest własnością intelektualną firmy NEWTON Media Sp. z o.o.

Żadna część niniejszego materiału nie może być powielana ani rozpowszechniana za pomocą urządzeń elektronicznych, mechanicznych, kopiujących, nagrywających i innych - bez wyraźnej zgody NEWTON Media.